

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (南関東)	◎	商店街（代表者）	・コロナ禍で抑圧されていたものが、随分解き放たれており、その勢いは半年から1年くらいは続くのではないかとみている。イベントやアミューズメント、集団での飲食は、寒い時期に試しに行ったイベントを見る限りは底堅く、特に家族連れの需要は小売、サービス共に強い印象である（東京都）。
	◎	一般小売店〔生花〕（店員）	・2～3か月先というのと、4月は入学式や入社式、5月は母の日があるので、どん底の今よりはだいぶ良いのではないかと期待している（東京都）。
	◎	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることで、あらゆる制限が解除され、消費意欲が更に高まることが予想される。また、同時にこれまで少なかった中国人旅行者の増加も見込まれ、景気はますます良くなる（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	・3～4月は歓送迎会の予約がかなり入ってきている。今まで集まりを我慢していた客からの相談などもかなり増えているので、2～3か月先は前年とは大分変わって、多くの予約が取れるとみている（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・団体客の間合せ等が多くなっている。人員を充足させ、行楽シーズンに備えたい。
	◎	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症終息の雰囲気マーケットを押し上げている（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	・冬休みや春休み、異動などによって移動が増えると予想される（東京都）。
	○	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類に移行するというので、イベントや行事などの開催予定が増えており、それに伴い注文も増えている。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・毎年3月は引っ越しなど人の動きが多くなるので、白物家電が売れると見込んでいる。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・都内の新型コロナウイルスの新規感染者数も1000人を切る日があり、感染の心配も減ってきているため、春休みからゴールデンウィークにかけて今以上の来客数増加が見込め、売上の増加を期待している。しかしながら、3月13日からマスク着用が個人の判断にゆだねられる状況になったとき、それを恐れる人が出てきて来街者数が減少するなど、影響が出ないことを願っている（東京都）。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・新入学で新規購入や贈答需要に期待したい。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・店頭部は、建て替えに伴う仮店舗への移転ということで、ちょうど商材の入替えをしている最中で、その効果なのか来客数が増え、セールも順調に行うことができている。外商部においては来年度の単価契約や官庁の経常物件契約等が取れているので、安定して案件が多くなるとみている。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の規制緩和と合わせて、新年度に向けて受注増加が見込まれる（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルス感染症対策のマスク着用ルール緩和や、5月からの5類への引下げにより、今まで自粛傾向にあった客についても、人の集まるイベントやイートインスペースでの飲食利用、試食などを復活することで、売上に好影響がある（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・物価高が続くというマイナス要素はあるものの、3月からマスク着用ルールが見直されるなど、新型コロナウイルス感染症対策の緩和が進むことから、全体としては消費行動はプラスに働く（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	・各種イベントなどが新型コロナウイルス感染症の発生前に戻りつつあり、消費に期待ができる。また、春闘で大幅な賃上げの情報が出ており、実現すれば影響が大きい（東京都）。	
○	百貨店（営業担当）	・コロナ後の回復見込みを2023年度と予定している企業も多く、出店やリニューアルの計画を来年度に置いているところが多い。そのため、店舗のリニューアルや出店も増え、景気が良くなる（東京都）。	

○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症対応のフェーズが変わることにより、世の中のマインドも良い方向に変わることが容易に想像できる。移動や消費行動は現時点よりも更に好転すると予測している（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	・かつてのコロナ禍から、ライフスタイルの変化も顕著になり、花見やゴールデンウィークなどのイベントシーズンを迎え、買換え、買い足し需要が高まる（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行するニュースの後、来客数に好影響が出て、売上が伸びている。新年度からゴールデンウィークに向けて新型コロナウイルス感染症による制限が順調に緩和されていけば、原料高、物価高の影響はあるものの、景気は今よりは上向いてくる（東京都）。
○	百貨店（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類へ引き下げられるとともに、マスク着用ルールも緩和され、人々の活動が活発になる（東京都）。
○	百貨店（店長）	・物価高の影響は継続すると思われるが、新型コロナウイルス感染症対策での行動制限の解除が更に進み、春のオケーションや行楽に向けてのニーズは今より高まると想定している。
○	スーパー（店員）	・前年できなかった花見や行楽需要が従来どおりに戻れば、大幅に伸びると期待している。また、子供手当など各手当が整ってくれば、消費に回ると見込んでいる（東京都）。
○	スーパー（総務担当）	・賃上げの流れになっている。
○	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ移行することにより外向きの行動が増え、行楽用品やマスクを外した後のビューティー関連の消費が伸び、全体として売上が増加すると見込んでいる。食品も堅調に推移すれば、現状よりも景気回復に向かう。
○	コンビニ（経営者）	・花見シーズンにかけても人の動きが期待できる。
○	コンビニ（商品開発担当）	・とにかく客足が増えるということは、回復の兆しが現れているということである（東京都）。
○	コンビニ（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下げられれば、世間の消費も良い方向に変わってくる。コンビニではその影響も少ないかもしれないが、外出する人が増加することはとても良いことである。元々コンビニは生活必需品が多いので、人々の消費が増えることが経済の循環につながる。少しずつでも来客数や客単価が増えることを願っている。
○	衣料品専門店（店長）	・政府による行動制限の緩和が進み、インバウンド需要など国内消費が進む。また、賃上げをする企業も増えつつある（東京都）。
○	家電量販店（店長）	・期待を込めてということになるが、全体的に賃金が上がることで消費が増え、良いインフレが続けば、景気は上向く。
○	家電量販店（店長）	・ゴールデンウィークにかけての訪日客の増加、新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴う変化、マスコミの報道状況等、好条件が重なれば、春に急激な回復が見込める（東京都）。
○	家電量販店（経営企画担当）	・3か月後は、足元の流れを受け、また、新型コロナウイルス感染症の分類が5類となることにより、より安心感が醸成されることで市場環境には好影響をもたらすとみている。一方、物価動向等のマイナス影響についても注意深く見ていく必要がある（東京都）。
○	乗用車販売店（経営者）	・各メーカーのEV化に伴う新車の発表が徐々に始めている。長らくガソリン車に乗っていたユーザーがいよいよ乗換えを考えざるを得ない時期がきている。その意味で景気はやや上向く（東京都）。
○	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産台数が回復基調に転換する見込みがある。
○	乗用車販売店（営業担当）	・企業の賃上げが進めば幾らか良くなる（東京都）。
○	住関連専門店（営業担当）	・ベースとしては厳しい状況が続いているが、窓断熱など特定分野で大規模な補助金政策が実施される予定である。実施前の段階でかなり消費者の関心を集めており、売上の起爆剤となることを期待している（東京都）。
○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油価格激変緩和措置は継続しており、ゴールデンウィークも控え、新型コロナウイルスの感染状況がこのまま落ち着いていけば期待できる（東京都）。

○	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・マスク着用ルールの緩和を含め、心理的な面でコロナ禍の影響が薄れていく。
○	高級レストラン (営業担当)	・2月の売上実績同様に、3月以降の法人関連、予約受注状況にも回復の兆しが見えてきている (東京都)。
○	高級レストラン (仕入担当)	・物価上昇のネガティブな影響はまだみられない。このまま推移していけば、景気は徐々に回復していく (東京都)。
○	高級レストラン (経理担当)	・財、サービスの需要が増加し、それに伴い労働需要も増加すると見込まれる。ただし、労働供給が需要に追いつかないため、景気の良化は限定的になる (東京都)。
○	一般レストラン (経営者)	・新型コロナウイルス感染症が終息したので、少しずつ売上も伸びてきている。ただし、2〜3か月先はどうか分からない。2月は閑散期なので、それに比べれば少しずつ良くなると思うが、まだ現段階でははっきりしない。
○	一般レストラン (経営者)	・新型コロナウイルス感染症対策の規制が緩和されるめどが立ったことに加え、円安により利益を得ている輸出関連企業及び大企業が政府の要請にこたえて賃上げを実現していることにより、いずれ我々末端の零細企業まで影響が及んでくるという希望的観測を持っている。
○	一般レストラン (経営者)	・賃上げが進み、消費が増えてくれば、景気はもう少し良くなる (東京都)。
○	その他飲食 [居酒屋] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の影響がなくなる (東京都)。
○	都市型ホテル (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類への分類変更に向けて、新規感染者数が減少し、良くなっていくという見込みはあるものの、一方で原価や水道光熱費の高騰が重くのし掛かっている。政府にはこの対策を早急をお願いしたい。そうしなければ、新型コロナウイルス感染症が終息しても、結局は業況がますます悪化していくのではないかと危惧している。
○	都市型ホテル (スタッフ)	・3月にマスク着用が任意になることや、5月に新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類に移行することで、当然良くなると思うが、非常に慎重な日本人は急激には戻らず、徐々にという形になる。
○	旅行代理店 (従業員)	・来月からマスク着用が任意になり、世間がそれを受け入れるならば、団体旅行も企画しやすくなるため、期待している。
○	旅行代理店 (従業員)	・ようやく海外旅行の申込みもあり、復活の兆しが見えている。円安、宿泊等の地上費高騰による旅行代金の値上がり傾向等、引き続きマイナス要素はあるものの、今年は海外旅行が動いてくると期待している (東京都)。
○	旅行代理店 (営業担当)	・賃上げの動きが現実化してきており、4月以降は期待できる。
○	タクシー運転手	・5月8日から新型コロナウイルス感染症の感染法上の位置付けが5類へ引き下げられることから、地域経済も復興に向かっていくとみている (東京都)。
○	通信会社 (経営者)	・例えば久しぶりの同窓会など、外出機会の増加に伴い、飲食の機会が増え、消費が上向く (東京都)。
○	通信会社 (経営者)	・半導体不足の影響が解消されたため、景気が良くなる (東京都)。
○	通信会社 (社員)	・2年間止まっていたイベント事業が復活し、順調に進行している。来年度以降も、計画の復活が期待できる (東京都)。
○	通信会社 (社員)	・コロナ禍で自粛が続いてきたイベントが、春先から再開されるというニュースが増えている。自治体レベルから商店街まで、再開に向けて動き始めている。イベント自体の経済効果は大きくなくとも、街が動き出す気配に人々の活気が影響されると予想している (東京都)。
○	観光名所 (職員)	・インバウンド旅客が増加傾向にある (東京都)。
○	パチンコ店 (経営者)	・今後も、電気料金的大幅値上げや依然として続く円安基調、ロシアのウクライナ侵攻を始めとする世界的、地政学的政情不安等による原料高と、安心できない要因がある。一方、インバウンドの回復や、陽気が良くなることから、人々の動きが活発になっていく。
○	競輪場 (職員)	・売上はWeb側の対応をしないと簡単にいじれる部分ではないので、まずは来客数を増やしていくことに注力したい。

○	その他レジャー施設 [ボウリング場] (支配人)	・3月からマスク着用ルールが変更される(東京都)。
○	その他レジャー施設 [総合] (広報担当)	・新型コロナウイルス感染症が5類に分類変更されることで、人の動きが更に活発になる(東京都)。
○	その他サービス [フィットネスクラブ] (エリア統括)	・新型コロナウイルス感染症は2類相当から5類に分類が移行することが決まったが、客の動きはまだ変わらない(東京都)。
○	設計事務所 (経営者)	・新年度も契約を継続してもらえるように話をしている。契約金額が上がるかは分からないが、期待している。
○	設計事務所 (所長)	・建築物価は高値が続いており、また人手不足も否めないが、仕事の話が動いてきているため、多少上向くのではないかと(東京都)。
○	住宅販売会社 (経営者)	・ウクライナ情勢や新型コロナウイルス感染症が落ち着かない限り、景気は良くなるかと考えているが、観光業に関しては、少しずつ良くなってきている。この機会に、政府には観光業などに対してもっと強い対策をお願いしたい。
○	住宅販売会社 (従業員)	・注文住宅の販売量は横ばいが続くと思われるが、年度末に完成する建売分譲物件が売れると見込んでおり、注文建築の受注と建売分譲の契約を合わせれば、景気はやや良くなる。分譲物件は完成した実物を見て決まる傾向があるため、ゴールデンウィークまでに在庫を完売できるのではないかと。ただし、注文住宅の価格を上げざるを得ない状況のため、今月よりは良くなるものの、ノルマ達成まで販売量が増えるとは思えない。
○	住宅販売会社 (従業員)	・期末に向けて受注量が伸びていく。
□	商店街 (代表者)	・最近、観光客や商店街の通行者数も、以前よりは大幅戻ってきているし、土日はかなりの人出がある。ただし、それらの来街者の購買行動はさほど積極的ではなく、何となく不安を感じながら買物をしているように見える。今後新型コロナウイルス感染症が収束すれば、買物に慎重になっている消費者の行動も少しは変わってくるのではないかと。
□	一般小売店 [家具] (経営者)	・本来であれば、3～4月は入学シーズン、引っ越しシーズンということで忙しくならなければいけないのだが、現状から考えると、このまま厳しい状況が続くのではないかと(東京都)。
□	一般小売店 [印章] (経営者)	・年度末ということで期待はしたいが、余り期待し過ぎてもいけない。非常に残念だが、こういう返答しかできない。今現在、非常に低迷している。
□	一般小売店 [祭用品] (経営者)	・一般客がまだ動き出していないので、良くなるのは本格的に復活してからである。
□	一般小売店 [眼鏡] (経営者)	・米国の利上げがあつと2回控えているとされるが、それまでは低迷する。今年の秋に米国大統領選挙があるので、その頃は一時的に上昇するのではないかと。
□	一般小売店 [茶] (営業担当)	・間もなく新茶の時期だが、それほど売上が伸びると思えない。大規模展示場などでの売出しも今までのように期待できない。客の財布のひもも固いようである。いろいろな物が値上がりしていることも影響しているのかもしれない(東京都)。
□	百貨店 (総務担当)	・新型コロナウイルスオミクロン株の影響が一段落した前年5～6月との比較では、伸びが鈍化すると予想している。一方、物価上昇の影響もあり、売上は徐々に回復する。今後中国を始めとするアジア圏の観光客増加によるインバウンド需要の増加に期待している(東京都)。
□	百貨店 (総務担当)	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和に伴い、客の消費に対する行動の変化が予想されるが、大幅な改善は期待できない。
□	百貨店 (総務担当)	・今後、ますます新型コロナウイルス感染症に対する警戒感が弱まり、過去の日常に戻る事が予想される。しかし、資源高などによる目に見える形での物価上昇リスクは依然として高く、より具体的な景気対策等がない場合は、新型コロナウイルス感染症が終息したとしても、単純に上向くとは思えない(東京都)。

<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・アッパーな消費が衰える材料は今のところ見当たらない。また、中国からのインバウンド需要も緩やかながら回復を期待できる。地方百貨店の商環境以外に大きなリスク要因は見当たらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドが伸長しているので、しばらくはこの好況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・外出需要などの回復が期待される反面、消費に影響する物価高が続き、しばらくは景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・物価高であり、給料も上がらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（財務担当）	・中国本土を中心とするインバウンドの大幅な回復がない限り、将来の景気も大きく変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・近隣に出店した2つの競合店共に当店より売場面積が大きく、売り筋の変更を迫られており、回復まで少し時間が掛かる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・3か月後も良くなる要素が全く見えてこない。客の買物の仕方や世の中の雰囲気、報道、ニュース等に鑑みても、3か月後も今のまま推移していくと予測している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和によるマスク着用ルールの見直しや、2類相当から5類への分類変更による購買状況の変化はないものと思われるが、商材の値上げによる購買行動の変化が懸念される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・所得は平行線にもかかわらず、全ての物価が上昇しているため、消費者の節約志向はより一層強くなってきている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・1品単価が更に上がり続けると予想される。それに伴い、消費者の生活防衛意識が更に強まってくのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・各社でキャッシュレス決済何%引きなどいろいろなキャンペーンを行っているが、店には直接関係ない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の発生前の水準まで来客数が戻り、維持できている。今後も継続するとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・今後は悪くならないとは思いますが、いろいろな原材料、特に光熱費が上がっているため、厳しくなる。また、衣料品業界では、メーカーが在庫をほとんど置かなくなってきており、非常に不便を感じている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・3月以降もいろいろ値上がりすると聞くと、衣料品業界はまだまだ厳しいのではないかと。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・商材の値上がり落ち着かないと、まだまだ厳しい。ただし、旅行や外食業界は今後期待できる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。半導体不足で、注文してから納車までに3～6か月掛かっているの、客の購買意欲がなくなっているのではないかと。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車販売は前年度と変わらない状態が続いていく。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・生活に関連する物が相当値上がりしているの、4月の春闘でそれ以上の賃上げがあれば良くなるだろうが、そこまで賃上げできない中小企業もあるようである。そのため、今後もやはり客の買い控えなどは続き、悪い方向のまま変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・来客数は例年に比べると減少が予想されるが、新型車や長納期の減少などメリットが増えれば、大きく変化する。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・花粉症関連商材に期待している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・何となく周りが少し静か過ぎるので、良くならないのではないかと。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・給与アップなど景気が良くなる話題が多いが、すぐに販売量の増加や客単価上昇にはつながらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・春先に賃上げ効果の実感がなければ、消費活動は活性化されない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・もっと具体的な動きがないと、まだ今の状況から抜けられない（東京都）。

□	高級レストラン（役員）	・コロナ禍より日常に戻りつつあり、春から初夏に当たるため、インバウンドも増えてくると思われるが、まだ2～3か月では回復を実感するところまでは至らない（東京都）。
□	一般レストラン（経営者）	・3か月後もやはり物価高の影響は大きいような気がする。あとはどうしたら賃金を上げられるかである。それによって変わらと思うが、まだまだ物価上昇と賃金との差はかけ離れているので、厳しい状態が続く。
□	その他飲食 [カフェ]（経営者）	・原料の高騰が大きく、コーヒー豆は倍の価格になっている。ただし、価格に反映されていないものが多く、利益率が下がっている。反面、飲食は大きく伸びてきている。資材価格などに加え、配送や流通コストも上がってきており、また、輸入の豆は為替の影響も受けているので、落ち着いてくると良くなる。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、これからというときに厳しい（東京都）。
□	その他飲食 [給食・レストラン]（役員）	・原材料、水道光熱費の高騰の影響が、価格転嫁も含めて長引く可能性が高く、収益の回復にはまだ時間を要する（東京都）。
□	旅行代理店（経営者）	・まだ新型コロナウイルス感染症が終息したわけではないので、客も希望を出してはくが、なかなかマッチしないので、現状維持ではないか。
□	旅行代理店（営業担当）	・人の動きが余り変わっていないからである（東京都）。
□	タクシー運転手	・物の値上がりが尋常ではなく、全面的に上がり過ぎているので、苦しい生活が更に苦しくなる。ぜいたくしている場合ではないので、タクシーには乗ってもらえない状況で、ますます厳しくなりそうな気配がする。
□	タクシー運転手	・現状では良くなる兆しは見えず、変わらない。ただし、インバウンドが増えてくれれば多少は良くなる（東京都）。
□	タクシー運転手	・2月としてはサラリーマンの動きがやや良い。2～3か月後はもっと動きが良くなると期待している。リモート営業もやや落ち着いてきたようで、サラリーマンの外出が少し増えてきている（東京都）。
□	タクシー（経営者）	・値上げラッシュの年になり、この先不透明な状況が続く。
□	通信会社（社員）	・端末転売を目的とした契約への対策は、すぐには難しい（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・固定インターネット回線、携帯電話を軸とした価格競争が激しくなっており、同じ顧客層を取り合う状況が続く。
□	通信会社（局長）	・エネルギー小売や食品の値上げのマイナス影響と、新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ変更となることのプラス影響で相殺されるので、余り変わらない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
□	通信会社（経営企画担当）	・現状の案件数増加傾向が続く見込みである（東京都）。
□	通信会社（経理担当）	・今後も光熱費の上昇が続くため、通信費が家庭内の出費削減候補であるトレンドは変わらない。
□	通信会社（経営企画担当）	・鶏と卵のような話ではあるが、一般消費者の賃金が上向かないと、高価格帯サービスを志向しにくい（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	・市場環境、提供サービスの内容が変わらないため、解約のリスクは継続しているものの、転居、転入シーズンでもあることから、顧客数増加を期待できる（東京都）。
□	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	・現状でも十分に悪い状態である（東京都）。
□	その他サービス [立体駐車場]（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息するまでは悪いままである。
□	その他サービス [学習塾]（経営者）	・春の集客期に期待したいが、良い雰囲気を感じられない。
□	設計事務所（経営者）	・あと1か月ほどで新年度を迎えるが、周りの状況を推察しても大きな変化があるとは考えにくい。しばらくは現状の景況感が続く。
□	住宅販売会社（従業員）	・3か月前よりは良くなった感じがあるが、今後も良くなるとは思わない。地価が高いままで推移し、建築費もまだ下がってきていない状況なので、今後も景気の低迷は続く。
▲	一般小売店 [家電]（経理担当）	・値上げはまだまだ続きそうで、良くなる要素が見当たらない。
▲	一般小売店 [米穀]（経営者）	・春になり気温が上がるので、気分的には明るくなるが、消費者物価指数の上昇と光熱費の値上がりにより、トータル的にはマイナスになるような気がする（東京都）。

▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・賃金の見直しが報道されているが、中小企業を取り巻く環境は依然として厳しいため、消費の活性化がイメージできない。
▲	スーパー（経営者）	・12～1月は少しは良かったのだが、2月に入って非常に悪くなっている。降雪や降雨の影響もあるが、やはりいろいろな物が値上がりしているため、客が買い控えをしている。来店回数をできるだけ少なくし、購入点数を絞るなど、少しでも家計を助けるためにいろいろ工夫して買物をして節約していることが響いている。この傾向は今後もずっと変わらないので、厳しい状況が続く。
▲	スーパー（仕入担当）	・消費者物価が高止まりしており、節約志向がますます強くなるため、消費支出は下降線をたどる。
▲	コンビニ（経営者）	・電気代高騰の影響がある（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	・年金生活者が多い地域なのだが、年金は増えないまま税金が増えることから、買い控えがあり、景気が悪くなりつつある。
▲	コンビニ（経営者）	・コンビニは生活に密着しているため、物価が上がるとやはり単価が下がり、来客数が減る。また、水道光熱費が前年比150%ほどになっており、1店舗当たり15万円くらい上がっているため、かなり経営が厳しくなっている。
▲	コンビニ（経営者）	・光熱費や商材の物価が上がっているため、買い控えが今後しばらく続く。
▲	衣料品専門店（経営者）	・春物衣料の値上げが難しくなる。
▲	衣料品専門店（従業員）	・日用品や食料品、光熱費等の値上げの影響でかなり厳しくなり、積極的な消費が見受けられず、客がかなり慎重になってくるのではないかと。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・半導体問題が解決されないため、売っても先が見えない。
▲	乗用車販売店（総務担当）	・決算月の後は需要が落ち込むため、悪化すると予想している。
▲	住関連専門店（統括）	・コロナ禍がまだまだ収束することはなさそうに見えるので、景気もまだ伸び悩む。
▲	一般レストラン（経営者）	・物価上昇は店にも客にも大きな影響を与えている。新型コロナウイルス感染症が小康を保っても、政情不安は大きなマイナス要因である（東京都）。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況も販売量に影響するが、現在は水道光熱費などの値上がり影響による物価上昇が客の使い控えの原因となっている。土日はさほど変わらないが、平日は人手不足もあって定休日を設定せざるを得ない。この状況は当分の間、解消される見込みがない。
▲	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援がなくなると申込みが伸びなくなる（東京都）。
▲	タクシー運転手	・先が全く分からない。週末だけはやや利用が良いので助かっている。昼間から夕方、深夜は最悪の状態が続いている。店からのオーダーがほとんどないのが不思議である。遠方まで足を運んで飲みに行く人が少ないとか、近場の店で飲んでいて徒歩か自転車で帰宅しているのかもしれない。
▲	タクシー（団体役員）	・タクシー利用客は依然として減少しているが、人手不足等によりタクシー自体の稼働率が落ちているため、1台当たりの営業収益は伸びている。ただし、今後人手不足が解消した場合には、営業収益は減少する懸念がある。
▲	通信会社（営業担当）	・物価の上昇が今後も続く限り、大きく景気が好転していくことはない。
▲	通信会社（営業担当）	・当社の収入源の1つでもある電力の小売販売契約が当面獲得しにくくなってきたため、景気は悪くなっていく（東京都）。
▲	通信会社（局長）	・長期金利の動向と物価上昇により一時的に悪化がみられる。
▲	通信会社（管理担当）	・企業への電気料金の値上げが4月から本格化するため、少なからず設備投資等への影響が考えられる。早期の解消は見込めないため、ややマイナス影響と予測している（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の収束も見えてきており、様々な娯楽が復活し、拡散していく。
▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・物価上昇を抑えられず、この先も上昇傾向のまま、客の購買意欲も感じられず推移していく。

	▲	設計事務所（経営者）	・2月後半から非常に悪くなり、3月は最悪の状態である。営業面では、物件がなかなか決まらず、世間の物価の上昇が響いている。ようやく求人がかなったのだが、思うようにいかないもので、4月は全く内容が見えない。年度末、新年度ということを踏まえて頑張らないといけない。
	▲	設計事務所（所長）	・これだけ世界的に物価が上がってしまっていることは、先々の懸念材料である。ロシアの暴挙で世界情勢が大いに不安定になってしまったことが元凶である。材料費が上がり続けているなかで、工事費予算が見込めないのが実態である。
	▲	設計事務所（職員）	・改善する兆しや傾向はみられない（東京都）。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・一部の建材需要で先行きの落ち込みが予想されているため、全体的にも総量が低下傾向にある（東京都）。
	×	スーパー（経営者）	・当社は食品スーパーマーケットである。1品単価は上がっているが、来客数、買上点数共に下降気味で、売上も減少傾向である。この先、電気代などコストの更なる値上げが見込まれるため、この傾向は続く。
	×	スーパー（経営者）	・商材の値上がりスピードに収入増加が追い付いていないため、ますます節約志向が強まる。
	×	スーパー（ネット宅配担当）	・4月の電気代値上げは中止になったが、4月以降も食品の値上げは変わらず続き、経費も増えていくことを考えると、厳しい状況が続く。
	×	スーパー（食品担当）	・エネルギーコストが増加している（東京都）。
	×	コンビニ（経営者）	・来客数が減少し、売上等も大幅に落ち込んでいる上、従業員が全く集まらず、お先真っ暗である。
	×	衣料品専門店（店長）	・商材の原材料やこん包資材の価格上昇に対して価格転嫁が進まず、客の購買意欲も下がってきている。
	×	家電量販店（店長）	・値上げの影響がある（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	・マスクを外してスポーツ観戦や声援ができるようになるのは良いのだが、会社によってはいまだに大人数での宴会は遠慮するようになると言われているところがある。そういうところまで政府が口を出せないと思うが、何とかしてくれないと飲食業は駄目になる。
	×	通信会社（管理担当）	・物価上昇の影響が大きい。
	×	ゴルフ場（経営者）	・エネルギー価格や仕入価格の上昇が不安材料である。
	×	ゴルフ場（経営者）	・物価の上昇が収まる気配が感じられないため、ますます厳しくなる。
	×	ゴルフ場（従業員）	・ロシアのウクライナ侵攻も終わりが見えず、物価は上がり続ける。夫婦が共働きで豊かな生活を得ているとしたら、出生率は下がり、日本の先行きはとても不安である。かつてのものづくりと一生懸命働く日本が戻れば、景気は回復するのかもしれない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・資源、エネルギー、素材価格の高騰により固定費の回収にも苦慮する状況が継続する。特に、メンテナンス上必要な肥料薬剤の多くは輸入品であり、円安、素材価格高によりアイテムによっては調達価格が5～50%高騰しており、納期の遅れもみられる。今後も物価上昇圧力が一段と加速する可能性が高く、景気改善に重大な痛手となることは不可避である。設備の維持管理上必要な設備投資の着工遅れは前年から続いており、BCPに影響を及ぼしている。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価の上昇とともに生徒数も減少している。これから先は更に景気が悪くなる。
企業 動向 関連	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・中小企業だが、仕事の依頼が多くなってきている。社員にも決算ボーナスを支払う。
(南関東)	○	食料品製造業（経営者）	・社会が動き出してきたことを感じる（東京都）。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	・物事が動き出しているなかで、値上げ部分もスムーズに進行しており、良い傾向で推移する。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・部材の選定と確保に向けて全力を尽くしている（東京都）。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーの部品調達不足は徐々に解消されつつあるが、いまだに予断を許さない状況である。ただし、来年度に向けては明るい兆しがある。
	○	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・物価高を懸念した消費縮小モードが続いていたが、新型コロナウイルス感染症収束後の開放感が広がり、消費意欲が高まるのではないかと（東京都）。



○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類引下げにより、新型コロナウイルス感染症の影響を受けている業種の回復が見込まれる。
○	広告代理店（経営者）	・取引先の飲食店などで、近々人を呼び込むためのキャンペーンが始まる（東京都）。
○	税理士	・3月13日にはマスクも外して良いという情報が出ているので、徐々に人が動いていく気がしている。これまで大分抑えられていた経済が、マスクを外すことによって全体的に動いていく（東京都）。
○	税理士	・光熱費の過去に例のない高騰は驚きだが、賃上げも専ら大手企業で、中小企業への波及はもう少し時間が掛かりそうである。桜祭りや夏祭りの計画も順調に進んでいるため、景気は回復する。
□	化学工業（従業員）	・3～4月に運送費の値上げがあり、まだまだ厳しい状況が続くが、海外向けの受注が少しずつ入ってきている。
□	化学工業（総務担当）	・賃上げによる個人消費性向が上昇すれば数量の回復を期待できるが、2～3か月ではまだ無理である。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・原材料などの値上げが製品に価格転嫁されていない。動きがやや悪くなってきているので、もうしばらく時間が掛かる。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器の受注に回復傾向はみられないが、医療品容器に関しては、これまで低迷していた間の穴埋め受注や新企画の相談等、慌ただしい動きがみられる。
□	金属製品製造業（経営者）	・今出している見積りが年度の替わった後に受注につながれば、良くなる。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・新規受注の見込みについて、取引先から良い連絡が来ていない。
□	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢の影響により、この先の景気はまだ不透明である。早く収束すれば、その分景気が上向いてくると思うが、今はなかなか判断しにくい。
□	輸送業（経営者）	・厳しい現況の打開策が見当たらないため、変化はない（東京都）。
□	輸送業（経営者）	・物価高、ウクライナ情勢など、世界的に不安定要素が多くある（東京都）。
□	輸送業（総務担当）	・荷主の輸出がないこと、国内出荷が低迷していることから、今後も現状が続くそうである。
□	通信業（広報担当）	・現在の改善の動きがしばらく続く（東京都）。
□	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類への分類引下げもあり、小売業やサービス業では売上増加に大きな期待を寄せる一方で、「原材料費や光熱費の高騰が続く、賃上げの余力がない。このままではますます人手が不足し、人流の回復に対応できないのではないか」と懸念する声も上がっている（東京都）。
□	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症に対する政府の方針転換により、経済の更なる活性化が望まれるが、原材料や人件費の高騰によるマイナス影響を勘案すると、総じて変わらない。
□	不動産業（経営者）	・当ビルの飲食業テナントによると、客は増えてきているものの、客単価が低下している。物価の上昇が続くようで、消費者、事業者共に厳しく、先行きが心配とのことである。
□	不動産業（従業員）	・受注価格は高めで推移し、マンションの販売価格も高いままだが、契約数からみると好調である（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症対策でのイベント自粛等は減ってきているものの、リモートでの実施等もあるので、以前のように戻ってこない。
□	広告代理店（従業員）	・現状、上向き気配がない（東京都）。
□	広告代理店（営業担当）	・外国人観光客の購買が各メーカーの売上を支え、その結果、各メーカーの宣伝予算が増えるような気がする（東京都）。
□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
□	経営コンサルタント	・景気が好転する材料が見当たらない。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・現状、売上に大きな変動はなさそうである。3月になれば見込みが判明する。
□	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・受注実績から判断している（東京都）。
▲	食料品製造業（経営者）	・全ての物が値上がりしているため、客の買い控えが心配である。

	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・3月をピークに受注量が減っていくと思われるので、4～5月はやや悪くなる（東京都）。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・印鑑リフォームという彫り直しサービスを行っており、今までコンスタントに売上があったが、受注件数が少なくなっている。今後も少しずつ減少することが予想される（東京都）。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・世界情勢が不安定である。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・業績低迷の影響がしばらくは続くと思われるため、身の回りの景気も悪い方向へと向かう。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	・今後3か月は人件費、エネルギー費、油製品などの値上げがあり、吸収しきれなくなる。
	▲	建設業（経営者）	・物価高が続く。
	▲	建設業（経営者）	・材料費の高騰がやはり一番大きく、消費者である客の方から計画を中断する案件が増えているので、この先も不安定な状況になる。
	▲	建設業（従業員）	・飽くまでも希望だが、景気が上向くことを期待している。
	▲	金融業（総務担当）	・ガソリン価格や人件費高騰、食品の値上げ等の影響はこれからもまだ続くので、今後も景気は低迷する（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	・年末から徐々に新型コロナウイルスの新規感染者数も少なくなっているようである。それぞれがきちんとわきまえた行動をとるように心掛けたい（東京都）。
	▲	不動産業（総務担当）	・テナントの共益費で賄う諸費用のうち、特に水道光熱費が高騰しているため、共益費不足が顕著になってきているが、値上げしたくても応じてもらえない。さらに、建築資材の価格上昇も激しい。オフィスの供給過多のためか低迷している賃料水準が上がらない限り、今後立ち行かなくなるのではないかと不安である（東京都）。
	▲	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響に加えて、ロシアのウクライナ侵攻の影響による燃料、原材料等、各物資の値上げ、取引先工場等の稼働率回復が見込めないことによる受注量の減少も重なり、状況が更に悪化する。
	▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・あらゆる物の値上がりが影響している。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・物価の上昇に給与が追いついていかない。大企業のように簡単に賃上げできれば良いが、中小企業では難しく、今後の採用にも響くのではないかと（東京都）。
	×	建設業（営業担当）	・資材の高騰が毎月のように発生しており、それによる買い控え傾向もより一層増えていることを考えると、更に悪くなることが予想できる。
	×	経営コンサルタント	・現時点では、受注の良しあしはまだら模様であるが、春過ぎから更なる値上げの情報もあり、一層厳しい経営環境になることが予想される（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	*	*
	○	人材派遣会社（経理担当）	・派遣市場においては、新型コロナウイルス感染症の発生前の状況に戻りつつあり、求人数、求職者数が増加傾向にある。このまま推移すると、数か月で従来水準に戻る（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（所長）	・2024年まで採用難といわれている。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況が今後も続く。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材不足の解消には至っていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・依然として求職者の総数が減り続けており、差別化ができない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数は安定しているが、上振れ要素は特にない。求職者の時給上昇に伴い、求人単価アップを要請しており、情勢を理解して了承してもらっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・自動車業界ではまだ景気の衰退は見えず、今後も現状維持の見通しである（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数については、現在、観光産業や販売業務等で回復傾向だが、それに対して依然として人手不足感がある。需給バランスが合致していない状況が続くので、景気は良くなるとも悪くなるともいえない。

□	求人情報誌制作会社（営業）	・増加している求人のうち、採用がうまくいく業種は意外と限られている。建設関係の職人などはほとんど採用ができていない。増加する介護施設でも人手不足が問題になっている。なかなか採用ができない業種や職種をどのようにして改善していくかが、今後とても重要な課題になってくる。企業の成長にも大きな影響を及ぼす大きな問題である。
□	求人情報誌制作会社（広報担当）	・生活費の上昇などの不安要素はあるが、企業の採用意欲は強いと感じている。このまま景気が良い状態が続くのではないか（東京都）。
□	職業安定所（職員）	・高騰する原材料費や光熱費等の対応に加え、従業員の賃上げにも配慮しなければ人材流出の懸念もあり、この先も多くの中小企業の経営を圧迫する状況が続く。
□	職業安定所（職員）	・求人数が継続的に増加している。企業の採用意欲は、コスト高に苦しみつつも新型コロナウイルス感染症の影響を脱しており、旺盛である。求職者が増加に転じれば雇用状況は改善するものの、まだその兆候はない（東京都）。
□	職業安定所（職員）	・有効求人数は前月と比べ1.0%減少しているが、前年比では5.8%増加しており、14か月連続して前年同月を上回っている。有効求職者数が3か月連続で前年同月を下回っており、有効求人倍率は前月と比べ0.07ポイント増加して1.36倍となっている。
▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇が止まらない（東京都）。
▲	人材派遣会社（支店長）	・派遣事業の伸びが鈍化傾向にあり、景気の先行きに不安がある（東京都）。
▲	求人情報制作会社（経営者）	・明るい見通しとなるような好材料がない（東京都）。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・物価や光熱費の上昇が徐々に家計を苦しめている。賃上げがどこまで進むか次第である（東京都）。
×	人材派遣会社（社員）	・例年3月末は派遣契約の契約更新が最も多くなる時期だが、景況悪化により後任発注のないケースが増えてきており、4月以降も厳しい状況が予想される。クライアントから要員調整の相談が増えていることは、再就職支援分野では好材料ではあるものの、全体的には厳しい（東京都）。
×	職業安定所（職員）	・食料品価格と電気料金の高騰が大きく影響している。電気料金は既に高騰しており、今後も更なる上昇が見込まれるため、景気の悪化は必至である。